

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дагестанский государственный педагогический университет им. Р.Гамзатова»  
Кафедра информационных технологий и экономики

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. начальника УМУ  
*Гаджиев И.В.*  
2024 г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.04 Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)**

**Б1.В.ДВ.05.02 Проектирование интернет-маркетинга**

**Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)**

**Профиль подготовки - «Информационные технологии»**

**Квалификация выпускника: Бакалавр**

**Формы обучения - очная; заочная**

**Год приема - 2024**

Формы обучения	Семестр	Трудоемкость (час)	Лекции (час)	Практические занятия (час)	Контроль (час)	СРС (час)	Форма итоговой аттестации (экз./зачет)
Очная	6	72	12	20	-	40	Зачет
Заочная	6	72	4	6	-	62	Зачет

Махачкала 2024

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Целью** изучения дисциплины является изучение теории проектирования интернет-маркетинга и освоение технологий интернет маркетинговой деятельности организаций.

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<b>УК-1.</b>	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение.</p> <p>УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности.</p> <p>УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p>
<b>ОПК-8</b>	Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний.	<p>ОПК-8.1. Применяет методы анализа педагогической ситуации, профессиональной рефлексии на основе специальных научных знаний, в том числе в предметной области.</p> <p>ОПК-8.2. Проектирует и осуществляет учебно-воспитательный процесс с опорой на знания предметной области, психолого-педагогические знания и научно-обоснованные закономерности организации образовательного процесса.</p>
<b>ПК-8.</b>	Способен организовывать образовательный процесс с использованием	ПК-8.1. Разрабатывает образовательные программы различных

	современных образовательных технологий, в том числе дистанционных.	уровней в соответствии с современными методиками и технологиями. ПК-8.2. Формирует средства контроля качества учебно-воспитательного процесса. ПК-8.3. Разрабатывает план коррекции образовательного процесса в соответствии с результатами диагностических и мониторинговых мероприятий.
--	--	---

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 Проектирование интернет-маркетинга входит в Б1.В.ДВ.04 Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5) учебного плана по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение и изучается по выбору студента.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов в результате освоения дисциплин «Информатика», «Экономическая теория», «Компьютерные коммуникации и сети», «Прикладная экономика», «Прикладные программные средства».

Знание дисциплины необходимо для выполнения заданий учебной и производственной практики.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника: **УК-1, ОПК-8, ПК-8**

В результате изучения модуля обучающиеся должны:

Код компетенции	Знает	Умеет	Владеет
<b>УК-1.</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	Основные источники информации, необходимой для решения оставленных задач.	Выбирать и использовать методы системного анализа, ИКТ для решения поставленных задач.	Навыки поиска, критического анализа информации при решении поставленной задачи

<p><b>ОПК-</b> 8.Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний.</p>	<p>Применяет методы анализа педагогической ситуации, профессиональной рефлексии на основе специальных научных знаний, в том числе в предметной области.</p>	<p>Проектирует и осуществляет учебно-воспитательный процесс по одной из направлений предметной области, психолого-педагогические знания научно-обоснованные закономности организации образовательного процесса</p>	<p>Приемами научной и профессиональной устной и письменной коммуникации. Приемами педагогической рефлексии и организационной рефлексивной деятельности обучающихся</p>
<p>ПК-8 Способен организовывать образовательный процесс с использованием современных образовательных технологий, в том числе дистанционных.</p>	<p>Разрабатывает образовательные программы различных уровней в соответствии с современным и методиками и технологиями.</p>	<p>Формирует средства контроля качества учебно-воспитательного процесса.</p>	<p>Разрабатывает план коррекции образовательного процесса в соответствии с результатами диагностических и мониторинговых мероприятий</p>

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). Дисциплина изучается в 6 семестре.

#### ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	час.	В т.ч. по семестрам
		№1
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72	72
1. Контактная работа:	32	32
лекции (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)	12	12
практические занятия, семинары и пр. (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)	20	20

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	В т.ч. по семестрам
		№1
лабораторные занятия (общее кол-во часов / включая практическую подготовку)	-	-
курсовое проектирование	-	-
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем	-	-
<b>2. Объем самостоятельной работы обучающихся (СРС)</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
в том числе часов, выделенных на подготовку к экзамену (зачету)	-	-
Вид промежуточного контроля:	зачёт	зачёт

### ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	В т.ч. по семестрам
		№1
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72	72
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
лекции (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)	4	4
практические занятия, семинары и пр. (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)	6	6
лабораторные занятия (общее кол-во часов / включая практическую подготовку)	-	-
курсовое проектирование	-	-
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем	-	-
<b>2. Объем самостоятельной работы обучающихся (СРС)</b>	<b>62</b>	<b>62</b>
в том числе часов, выделенных на подготовку к экзамену (зачету)		
Вид промежуточного контроля:	зачёт	зачёт

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая труд. в акад. часах	Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)			
			Лек/	Лаб /	Пр/	СР
1	Понятие и структура интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация		2/1		2/1	4

2	Выбор стратегии интернет-маркетинга.		2/1		2/1	4
3	Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация		2/1		2/1	4
4	Баннерная реклама		2/1		2/1	4
5	Реклама в Интернете. Анализ эффективности интернет-рекламы		2/1		2/1	6
6	Медиапланирование в Интернете		2/1		2/1	6
7	Е-mail реклама				4/2	6
8	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнити				4/2	6
	<b>Курсовое проектирование</b>	X				-
	<b>Консультация к экзамену</b>	X				-
	<b>Подготовка к экзамену (зачету)</b>	X				X
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>12</b>		<b>20</b>	<b>40</b>

#### заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость в акад. часах	Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)			
			Лек/	Лаб /	Пр/	СР
1	Понятие и структура интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация		2/1			10
2	Выбор стратегии интернет-маркетинга.		2/1			6
3	Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация				2/1	8
4	Баннерная реклама				2/1	8
5	Реклама в Интернете. Анализ эффективности интернет-рекламы				2/1	6
6	Медиапланирование в Интернете					8
7	Е-mail реклама					8
8	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнити					8
	<b>Курсовое проектирование</b>	X				-
	<b>Консультация к экзамену</b>	X				-
	<b>Подготовка к экзамену (зачету)</b>	X				-
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>62</b>

#### 5.СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование разделов	Содержание разделов
<b>Модуль 1. Основы и составляющие Интернет-маркетинга</b>		
1.1	Понятие и структура интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация	Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-ресурса. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний.
1.2.	Выбор стратегии интернет-маркетинга.	Маркетинговая стратегия в сети Интернет. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. Web аналитика. Спределение коммуникаций компании; типы целей, группировка коммуникаций по типам цели и информации; определение схемы главной страницы сайта; определение количества сайтов, необходимых компании.
1.3.	Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация	Поисковая реклама. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Обмен ссылками. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации. Анализ коммерческого потенциала посетителя.
1.4	Баннерная реклама	Баннерная реклама. Понятие баннерной рекламы. Технологии баннерной рекламы. Практика использования баннерной рекламы. Достоинства и недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания баннерной рекламы. Повышение эффективности баннерной рекламы.
<b>Модуль 2. Маркетинговые коммуникации в Интернете</b>		
2.1.	Реклама в Интернете. Анализ эффективности интернет-рекламы	Анализ эффективности интернет-рекламы. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы. Методы сбора информации, используемой для анализа. Критерии оценки Эффективности рекламы. Методы анализа эффективности рекламы. Проведение анализа эффективности рекламной кампании.
2.2.	Медиапланирование в Интернете	целевая аудитория. Целевая группа; отличие целевой аудитории от целевой группы; Типы целевых аудиторий в Интернете; влияние типа целевой аудитории на стратегию рекламы в Интернете.
2.3.	E-mail реклама	E-mail реклама. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы. Индивидуальные письма. Списки рассылки. Дискуссионные листы. Спам. Понятие и принципы вирусного маркетинга. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь. Спонсорские программы и другие направления использования методов

		вирусного маркетинга.
2.4.	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнити	Партнёрские программы. Веб-кольца. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории. Постановка проблемы создания виртуального сообщества. Методы создания виртуального сообщества. Офлайновая поддержка онлайн-проектов.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

№ п/п	Наименование темы	Вид самостоятельной работы обучающихся
1	Понятие и структура интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение литературы и лекционного материала;</li> <li>- подготовка к семинарским занятиям;</li> <li>- выполнение заданий практической работы;</li> <li>- наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя;</li> <li>- тренинги по профессиональному саморазвитию</li> </ul>
2	Выбор стратегии интернет-маркетинга.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение литературы и лекционного материала;</li> <li>- подготовка к семинарским занятиям;</li> <li>- выполнение заданий практической работы;</li> <li>- наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя;</li> <li>- тренинги по профессиональному саморазвитию</li> </ul>
3	Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение литературы и лекционного материала;</li> <li>- подготовка к семинарским занятиям;</li> <li>- выполнение заданий практической работы;</li> <li>- наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя;</li> <li>- тренинги по профессиональному саморазвитию</li> </ul>
4	Баннерная реклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение литературы и лекционного материала;</li> <li>- подготовка к семинарским занятиям;</li> <li>- выполнение заданий практической работы;</li> <li>- наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка</li> </ul>

		составляющих профессиональной культуры учителя; - тренинги по профессиональному саморазвитию
5	Реклама в Интернете. Анализ эффективности интернет-рекламы	- изучение литературы и лекционного материала; - подготовка к семинарским занятиям; - выполнение заданий практической работы; - наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя; - тренинги по профессиональному саморазвитию
6	Медиапланирование в Интернете	- изучение литературы и лекционного материала; - подготовка к семинарским занятиям; - выполнение заданий практической работы; - наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя; - тренинги по профессиональному саморазвитию
7	E-mail реклама	- изучение литературы и лекционного материала; - подготовка к семинарским занятиям; - выполнение заданий практической работы; - наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя; - тренинги по профессиональному саморазвитию
8	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнити	- изучение литературы и лекционного материала; - подготовка к семинарским занятиям; - выполнение заданий практической работы; - наблюдение за педагогической деятельностью, ее анализ и оценка составляющих профессиональной культуры учителя; - тренинги по профессиональному саморазвитию

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

7.1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости  
*Указывается перечень компетенций в процессе освоения образовательной программы.*

В университете текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся по всем реализуемым ОП ВО - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры для всех форм обучения осуществляются с применением БРС.

№ п/п	Наименование темы	Средства текущего контроля успеваемости	Перечень компетенций
1	Понятие и структура интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
2	Выбор стратегии интернет-маркетинга.	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
3	Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
4	Баннерная реклама	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
5	Реклама в Интернете. Анализ эффективности интернет-рекламы	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
6	Медиапланирование в Интернете	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
7	E-mail реклама	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8

8	Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнити	изучение литературы и лекционного материала, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные практические задания, конспект, реферат	УК-1; ОПК-8; ПК-8
---	--	--	-------------------

## 7.2. Оценочные материалы для проведения аттестации

1. Семестр – 7; форма аттестации – зачет.

2. Тестовые задания к зачету

**1. Производитель автомобильных комплектующих.**

*Обзор отрасли:* отрасль, в которой компании-производители комплектующих для автомобилей традиционно продают их оптовикам, розничным магазинам и изготовителям автомобилей.

**2. Оптовая торговля кондитерскими изделиями.**

*Обзор отрасли:* сделки по поставке кондитерских изделий (товаров быстрой реализации). Клиентами компании традиционно являются оптовики, розничные магазины, торговцы, рестораны, частные лица.

**3. Туристическое агентство.**

*Обзор отрасли:* организация туристических поездок для клиентов. Также включает покупку билетов и резервирование всех остановок по маршруту.

**4. Распространение программного обеспечения.**

*Обзор отрасли:* компании, занимающиеся распространением лицензионного программного обеспечения, как отдельным лицам, так и большим корпорациям.

**5. Internet-курсы повышения квалификации специалистов в области IT.**

*Обзор отрасли:* Интернет-курсы для повышения квалификации программистов, администраторов, веб дизайнеров, пользователей компьютеров и многих других специалистов в области IT. Традиционно пользователями являются специалисты по информационным технологиям и обычные пользователи ПК, желающие повысить свою квалификацию; студенты, готовящиеся к экзаменам и т.п. Курсы предоставляют доступ через Internet к курсам, опубликованным в обучающей среде.

**6. ON-line магазин, занимающийся продажей сотовых телефонов.**

*Обзор отрасли:* Internet-магазин, распространяющий сотовые телефоны и все аксессуары для них. Традиционно основными потребителями являются частные лица.

#### **7. Агентство недвижимости.**

*Обзор отрасли:* Агентство, занимающееся всеми операциями с недвижимостью: купля, продажа, аренда квартир, офисов, торговых помещений, апартаментов, обмен, съезд, разъезд и т.п.

#### **8. Кадровое агентство.**

*Обзор отрасли:* Агентство осуществляет поиск и подбор персонала. Основными клиентами являются крупные компании.

#### **9. Internet-провайдер**

*Обзор отрасли:* предоставляет полный спектр услуг доступа в Интернет (подключение клиентов к коммутируемым, выделенным каналам и т.п.), хостинг (выделение дискового пространства на общих серверах для размещение сайта, аренда места на стойке для сервера и т.п.), создание сетей в фирмах, домах, микрорайонах; регистрация доменных имен и др. Клиентами являются все возможные пользователи Internet.

#### **10.Сотовый оператор.**

*Обзор отрасли:* операторская компания, предлагающая корпоративным, семейным и индивидуальным пользователям услуги сотовой связи, доступа в Интернет, комплексных телекоммуникационных услуг и т.п. Пользователями являются все: от частных лиц до корпораций.

#### **11.Студия дизайна**

*Обзор отрасли:* промышленный дизайн, графический дизайн, создание сайтов, проектирование интерфейсов и т.п. Потенциальными клиентами компании являются все пользователи Internet.

#### **12.Производителей молочных изделий**

*Обзор отрасли:* отрасль, в которой компании-производители молочных изделий (товаров быстрой реализации) традиционно продают их оптовикам.

### **7.2.Модуль II**

***Задание (для промежуточного контроля).***

**Мониторинг сайта и определение ценовой политики**

**1. Оцените насколько полно интернет сайт ( из предложенных ниже популярных интернет сайтов) реализует возможности использования Интернет, и насколько он эффективно решает поставленные перед ним задачи.**

1. Atlas forMen - большой выбор товаров для туризма, путешествий и активного отдыха
2. AutoParurus - литература по ремонту, эксплуатации и обслуживанию автомобилей
3. AviaSales - поиск и продажа авиабилетов по всему миру
4. CitiLink - бытовая техника, электроника, компьютеры и комплектующие
5. HotelsCombined - подбор и бронирование отелей по всему миру
6. KupiVIP - одежда для мужчин и женщин от известных брендов
7. Lamoda - фирменная мужская и женская одежда, обувь, аксессуары
8. ONNO - специализированный интернет-магазин по продаже ноутбуков и прочих устройств
9. OZON - 1 500 000 товаров разных видов!
10. Yves Rocher - качественная растительная косметика и парфюмерия по умеренным ценам
11. Аптека ИФК - широкий выбор лекарственных и медицинских товаров высокого качества
12. Буквоед - более 2 миллионов книг в ассортименте по доступным ценам
13. Литрес - лицензионные электронные книги купить или скачать без регистрации
14. Л'Этуаль - качественная косметика, парфюмерия и аксессуары в популярном магазине
15. Небо в алмазах - самый крупный в России электронный гипермаркет ювелирных изделий
16. Снежная Королева - популярный магазин по продаже верхней одежды из меха и кожи

## **2 . Проанализируйте следующие составляющие сайта:**

– информационное наполнение (информационная достаточность, качество материалов, адаптация материалов для www, эффективное использование различных форм и форматов представления информации, поддержка и точности представляемой информации, адекватность структурированности информации сайта, расстановка информационных акцентов);

– функциональность сайта (модули работы с информацией, представление товара и формирование заказа, обратная связь, promotional инструментарий, персонафикация и кастомизация);

– Usability - эргономичность и удобство использования (эффективность навигации, адекватность интерфейсов сайта, карта сайта, правила хорошего тона, привычный вид полей и кнопок, помощь);

– дизайн - визуальное воплощение (дизайн дополняет и усиливает заложенную в сайт информацию и функционал, дизайн поддерживает и полно отражает бренд компании и ее продуктов, привлекательность дизайн-решений, адекватное использование мультимедийных средств,

гибкость дизайн-решений, уникальность и запоминаемость);

- техническая реализация;
- маркетинговая составляющая (адреса, поисковики и каталоги, ссылки на сайт и цитирование, средства сбора информации о посетителях сайта, посещаемость и поведенческая линия на сайте, работа с аудиторией сайта, отражение маркетинговой политики компании).

3. Прочтите статью "Ценовая политика как часть Вашего интернет-маркетинга" (Приложение 1) - в ней изложены задачи, методы и регулирование ценовой политики.
4. Изучите стратегию ценовой политики, применяемую в сфере вашего бизнеса (выбранная вами отрасль, в задании первого промежуточного контроля).
5. Сформулируйте логическое обоснование ценовой стратегии вашей компании.

Прочитайте статью "Ценовая политика как часть Вашего интернет-маркетинга" для выполнения задания промежуточного контроля.

**3. Перечень компетенций и индикаторов их достижения, описание критериев оценивания компетенций представляются в таблице**

ИИ, индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни освоения компетенций		
	Продвинутый	Базовый	Пороговый
	«отлично»	«хорошо»	«удовлет»
	«зачтено»		
осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач.			
Источники и методы поиска информации, решения поставленных	Грамотно и безошибочно использует профессиональную терминологию, демонстрируя знания основных принципов и механизмов социального взаимодействия и условия эффективной работы в команде, не испытывая затруднений.	Грамотно использует профессиональную терминологию, демонстрируя знания основных принципов и механизмов социального взаимодействия и условия эффективной работы в команде, испытывая незначительные затруднения, которые легко исправляет	Использует профессиональную терминологию не всегда грамотно, демонстрируя знания основных принципов и механизмов социального взаимодействия и условия эффективной работы в команде, испытывает затруднения, которые не всегда исправляет самостоятельно

есто информации в современном	Представляет, полностью обосновывает и решает задания, демонстрируя способность эффективного речевого и социального взаимодействия в полной мере	Представляет, достаточно обосновывает и решает большинство заданий, демонстрируя способность эффективного речевого и социального взаимодействия	Представляет частично, с затруднениями обосновывает, и с трудом решает задания, демонстрируя способность эффективного речевого и социального взаимодействия
Выбирать и использовать методы системного анализа, для решения поставленных задач.	Предлагает и полностью обосновывает творческое решение задач на работу в команде проявляя лидерские качества и умения.	Предлагает и обосновывает традиционное решение задач на работу в команде, может проявлять лидерские качества и умения.	Предлагает традиционное решение задач на работу в команде, но обосновывает его не в полной мере, не проявляет лидерские качества и умения
Умение осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний.			
Знание содержания, структуры, функции, цели педагогической деятельности, умение применять их в современном преподавательском процессе и в профессиональном обучении	Демонстрирует знание закономерностей и принципов взаимодействия субъектов образовательных отношений, не испытывая затруднений, отвечает на поставленные вопросы.	Демонстрирует знание закономерностей и принципов взаимодействия субъектов образовательных отношений, испытывая незначительные затруднения при ответе на поставленные вопросы	Демонстрирует частичное знание закономерностей и принципов взаимодействия субъектов образовательных отношений, испытывает затруднения при ответе на поставленные вопросы
Теоретические основы технологии организации учебно-воспитательной, научно-исследовательской и проектной деятельности и иной деятельности обучающихся	Полностью обосновывает и решает задания, демонстрируя способность эффективного взаимодействия с участниками образовательных отношений, в том числе по вопросам индивидуализации обучения, воспитания, развития	Решает большинство заданий, демонстрируя способность эффективного взаимодействия с участниками образовательных отношений, в том числе по вопросам индивидуализации обучения, воспитания, развития	С затруднениями обосновывает, и с трудом решает задания, демонстрируя способность эффективного взаимодействия с участниками образовательных отношений, в том числе по вопросам индивидуализации обучения, воспитания,

	обучающегося в полной мере	обучающегося	развития обучающегося
организовывать проведение различных мероприятий (конференций, курсов и др.) в области преподаваемой дисциплины (модуля), научно-исследовательскую и проектную деятельность обучающихся	Способен к конструктивному взаимодействию с участниками образовательного процесса по всем вопросам обучения, воспитания, развития обучающегося.	Способен к взаимодействию с участниками образовательного процесса по типичным вопросам обучения, воспитания, развития обучающегося.	Способен к взаимодействию с участниками образовательного процесса по ограниченному числу вопросов обучения, воспитания, развития обучающегося.
Способен организовывать образовательный процесс с использованием современных образовательных технологий, в том числе дистанционных.			
предлагает образовательные программы различных уровней в соответствии с современными методиками и технологиями.	Демонстрирует знание закономерностей и принципов взаимодействия субъектов образовательных отношений, не испытывая затруднений, отвечает на поставленные вопросы.	Демонстрирует знание закономерностей и принципов взаимодействия субъектов образовательных отношений, испытывая незначительные затруднения при ответе на поставленные вопросы.	Демонстрирует частичное знание закономерностей и принципов взаимодействия субъектов образовательных отношений, испытывает затруднения при ответе на поставленные вопросы.
предлагает средства контроля качества учебно-воспитательного процесса	Предлагает и полностью обосновывает творческое решение задач на работу в команде, проявляя лидерские качества и умения.	Предлагает и обосновывает традиционное решение задач на работу в команде, может проявлять лидерские качества и умения.	Предлагает традиционное решение задач на работу в команде, но обосновывает его не в полной мере, не проявляет лидерские качества и умения.
предлагает план коррекции образовательного процесса в соответствии с результатами диагностических и мониторинговых исследований	Представляет, полностью обосновывает и решает задания, демонстрируя способность эффективного речевого и социального взаимодействия в полной мере	Представляет, достаточно обосновывает и решает большинство заданий, демонстрируя способность эффективного речевого и социального взаимодействия	Представляет частично, с затруднениями обосновывает, и с трудом решает задания, демонстрируя способность эффективного речевого и социального взаимодействия

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **8.1 Основная литература**

1. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. СПб, Питер, 2009. 400 стр.
2. Бруковская О. Осовицкая Н. Как построить HR-бренд вашей компании. СПб, Питер, 2010. 288 с.
3. Старовойтова Г. Ф. Электронный бизнес и коммерция. М.: Тертра Системс, 2009. 144 с.
4. Васильев Г. А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес. Реклама в Интернете, - М.: Юнити-Дана, 2008. 184 с.
5. Грабауров В. А. Электронный бизнес. Минск, Издательство БГЭУ, 2007. 212 с.
6. Салбер А. Как открыть интернет-магазин. М.: SmartBook, 2010. 320 стр.

### **8.2 Дополнительная литература**

7. Большаков А. Партнерство платежных систем СТБ-карди Киберплатоткрывает новые возможности развития электронной коммерции в России. Финансист. - 2000. - № 11-12. 105-106 с.
8. Аузан В. Хотят ли русские В2В. Эксперт. - 2001. - № 10. 94-96 с.
9. Киселева С., Решетин Е. Виртуальное страхование. Эксперт. - 2001. - № 11. 108-112 с.
10. Аффрин Д. Электронное правительство: Готовали Россия к демократии. Эксперт. - 2001. - № 14. 90-92 с.

### **8.3 Интернет-ресурсы**

11. <http://marketing.iligent.ru/internet/> (мониторинг новостей интернет-маркетинга)
12. [www.manager.ru](http://www.manager.ru) (Все о менеджменте, маркетинге, рекламе)
13. [www.7st.ru](http://www.7st.ru) (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)
14. [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru) (Сайт маркетологов)
15. <http://www.searchengines.ru/> (энциклопедия поисковых систем)

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Аудитория для лекционных и практических занятий на 25 мест, оборудованная интерактивной доской, компьютерным проектором с возможностями выхода в корпоративную и Интернет сети.

Технические средства:

- Ноутбук для преподавателя
- Интерактивная доска

- Компьютерный проектор

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Подготовка к лекционному занятию** включает выполнение всех видов заданий размещенных к каждой лекции. В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой - в ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

**Подготовка к практическому (семинарскому) занятию** включает 2 этапа: 1) организационный; 2) закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: уяснение задания на самостоятельную работу; подбор рекомендованной литературы; составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе

самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара.

#### **Рекомендации по выполнению самостоятельной работы.**

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала может выполняться в библиотеке ДГПУ, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Учебный материал учебной дисциплины, предусмотренный рабочим учебным планом для усвоения студентом в процессе самостоятельной работы, выносится на итоговый контроль наряду с учебным материалом, который разрабатывался при проведении учебных занятий. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа студентов осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Формой поиска необходимого и дополнительного материала по дисциплине с целью доработки знаний, полученных во время лекций, есть индивидуальные задания для студентов. Выполняются отдельно каждым студентом самостоятельно под руководством преподавателей. Именно овладение и выяснения студентом рекомендованной литературы создает широкие возможности детального усвоения данной дисциплины. Индивидуальные задания студентов по дисциплине осуществляются путем выполнения одного или нескольких видов индивидуальных творческих или научно-исследовательских задач,

избираемых студентом с учетом его творческих возможностей, учебных достижений и интересов по согласованию с преподавателем, который ведет лекции или семинарские занятия, или по его рекомендации. Он предоставляет консультации, обеспечивает контроль за качеством выполнения задания и оценивает работу.

## **11. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких студентов, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

**Автор(ы) рабочей программы дисциплины:**

к.п.н., доцент кафедры ИТиЭ Нурмагомедова Н.Х.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.05.02Проектирование интернет-маркетинга

1. **Целью** изучения дисциплины является изучение теории проектирования интернет-маркетинга и освоение технологий интернет маркетинговой деятельности организаций

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 Проектирование интернет-маркетинга входит в Б1.В.ДВ.04 Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5) учебного плана по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение и изучается по выбору студента.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов в результате освоения дисциплин «Информатика», «Экономическая теория», «Компьютерные коммуникации и сети», «Прикладная экономика», «Прикладные программные средства».

Знание дисциплины необходимо для выполнения заданий учебной и производственной практики.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

*Перечисляются код и наименование компетенций, индикаторы достижения компетенций*

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<b>УК-1.</b>	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
<b>ОПК-8</b>	Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний.	ОПК-8.1. Применяет методы анализа педагогической ситуации, профессиональной рефлексии на основе специальных научных

		<p>знаний, в том числе в предметной области.</p> <p>ОПК-8.2. Проектирует и осуществляет учебно-воспитательный процесс с опорой на знания предметной области, психолого-педагогические знания и научно-обоснованные закономерности организации образовательного процесса.</p>
<b>ПК-8.</b>	<p>Способен организовывать образовательный процесс с использованием современных образовательных технологий, в том числе дистанционных.</p>	<p>ПК-8.1. Разрабатывает образовательные программы различных уровней в соответствии с современными методиками и технологиями.</p> <p>ПК-8.2. Формирует средства контроля качества учебно-воспитательного процесса.</p> <p>ПК-8.3. Разрабатывает план коррекции образовательного процесса в соответствии с результатами диагностических и мониторинговых мероприятий.</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часов).

5. Семестр: 6

6. Основные разделы дисциплины

1. Понятие и структура интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация
2. Выбор стратегии интернет-маркетинга.
3. Поисковая реклама. Размещение ссылок. Профайлинг и персонализация
4. Баннерная реклама
5. Реклама в Интернете. Анализ эффективности интернет-рекламы
6. Медиапланирование в Интернете
7. E-mail реклама
8. Партнёрские программы. Веб-кольца. Комьюнити

Автор:

к.п.н., доцент кафедры ИТиЭ Нурмагомедова Н.Х.